



Programa Operativo Anual 2014 De la Dirección de Comunicación Social Mpal.

C o n t e n i d o	P á g i n a
Misión y Visión.....	02
Diagnóstico organizacional.....	03
Objetivos estratégico.....	06
Resultados de foros de consulta.....	07
Categorías y elementos programáticos.....	08
Control y Evaluación por Proyecto.....	13
Anexos (Desglose Financiero y clasificación del gasto)(Desglose de gastos mensuales general) (Plan de Medios).	



Responsable de la elaboración

[Handwritten signature]

C. Leticia Ayala Arellano
Directora

Aprobación

[Handwritten signature]

C. Alberto Martínez González
Presidente Municipal



El presente Programa Operativo Anual 2014, se formuló con fundamento en los Artículos 7 y 26 segundo párrafo, 33, 34, 37, 47, 48 de la Ley Estatal de Planeación, artículos 3, 4, 5, 7, 15, y 19 de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público, y artículos 38, Fracción VII, 49, 50, 53, 54 55 y 57 de la Ley Orgánica Municipal, artículo 16 de la Ley de Obra Pública y Servicios Relacionados con la misma del Estado de Morelos.

DICIEMBRE 2013

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Darle continuidad al proyecto de comunicación entre el gobierno y la sociedad, teniendo como medios de difusión los permitidos y de alcance por la administración municipal 2013 – 2015.

VISIÓN

Continuar utilizando todos los instrumentos mediáticos y tecnológicos posibles para alcanzar la correcta difusión de las acciones de gobierno, contratando medios de comunicación escritos, televisivos y radiofónicos, sin dejar de lado el nuevo concepto social media que permite enlazarnos a través de las redes sociales y el uso de la web oficial con la sociedad.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Durante el primer año, se atendieron varias de las líneas de comunicación entre el gobierno con la sociedad, la principal fue la difusión de las actividades que realizó el gobierno municipal en cada una de sus áreas y unidades administrativas, dándole seguimiento al proyecto de comunicación integral que se trazó como proyecto de gobierno y que en su contenido tiene implícita la contratación de medios de comunicación tanto televisivos, radiofónicos como prensa escrita.

El impacto que se tuvo fue satisfactorio, se le dio cumplimiento a la difusión de los conceptos y convocatorias que por ley estamos obligados, aparte de la proyección de las actividades del gobierno municipal, como lo es la obra pública, política, asistencia social, salud, etc.

Así mismo se tuvo avances considerables en la interrelación con las diferentes direcciones municipales a efecto del flujo de la información y la convocatoria al levantamiento de imagen videográfica y fotográfica.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

FORTALEZAS:

- Se cuenta con la capacidad profesional y experiencia en el personal de la Dirección de Comunicación Social para el desarrollo de estrategias en la construcción de imagen institucional a favor del gobierno municipal de Tetecala de la Reforma.
- Se tiene conocimiento en el manejo de los medios de comunicación para la difusión de actividades del gobierno municipal.
- Se tiene la aprobación y consentimiento del Gobierno Municipal para la difusión de las actividades de cada una de las áreas del quehacer municipal.

DEBILIDADES:

- Falta de recursos económicos que faciliten la labor de contratación de medios de comunicación para la correcta proyección de las acciones de gobierno.
- Falta de equipo técnico y humano para desarrollar las funciones completas de la dirección de comunicación social municipal.
- Falta del cumplimiento a la comunicación interna de las dependencias del quehacer municipal, para llevar a cabo las coberturas y difusión de las actividades realizadas.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

OPORTUNIDADES:

- La relación profesional basada en el manejo de los medios, permite que exista la comunicación elástica en la negociación de la proyección de la imagen institucional del gobierno municipal.
- Utilizar las obras y acciones visibles a la sociedad para nutrir y cerrar el círculo de difusión que el ciudadano común necesita para apreciar la función del Gobierno.
- La Generación de Campañas externas que permitan la relación de comunicación gobierno – sociedad.

AMENAZAS

- Falta de interés de la sociedad en la lectura de periódicos y frecuencia con que ve televisión y escucha radio.
- El concepto final que se queda la sociedad ante aquellos rumores infundados por terceros y que no permiten el esclarecimiento de la duda.
- La mala imagen que se pueda generar con la falta de contratación de medios de comunicación.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Objetivo(s)	Líneas Estratégicas
Generar la Imagen del Presidente Municipal con boletines informativos, identidad fotográfica y videográfica para ser utilizada en cualquier medio.	
Establecer los convenios de comercialización de la imagen institucional del Ayuntamiento con las diferentes empresas de medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión).	
Generar la identidad @social-media del Ayuntamiento Municipal que permita la interacción con los diferentes sectores de la sociedad, así como generar el acceso a los servicios que brinda el gobierno a través de su sitio web.	
Establecer un mecanismo de difusión televisiva interna en el Ayuntamiento para difusión en las diferentes áreas de captación de ingresos y de espera de atención.	
Generar la imagen externa del gobierno municipal a partir de espectaculares, lonas en eventos, pendones, flayers, volantes y trípticos	

RESULTADOS DE FOROS DE CONSULTA

Demanda(s)	Proyecto con el que se cumplirá la demanda	Localidad
Continuar generando una Imagen Limpia del actuar del Gobierno, que permita visualizar los logros en referencia a la localidad en donde se aplicó el recurso-beneficio.	Equipamiento de la Dirección de Comunicación Social con computadoras, videocámara y cámara fotográfica.	Todo el Municipio.
Incrementar la difusión de las actividades del Gobierno.	Convenios con medios de comunicación Prensa Escrita, Radio y Televisión.	Todo el Municipio.
Establecer una comunicación de interacción y participación ciudadana sobre todo de jóvenes.	Imagen @Social-Media que se genere del Ayuntamiento en Redes Sociales y el Sitio Oficial del Gobierno Municipal en donde se brindarán los servicios a la población.	Todo el Municipio.
Brindar mayor difusión de las actividades del Gobierno.	Red interna de imagen televisiva que permita la difusión de las actividades de gobierno.	Todo el Municipio.
Brindar mayor difusión de las actividades del Gobierno.	Se generará la imagen externa en lonas, espectaculares, pendones, folletería y gaceta municipal.	

CATEGORÍAS Y ELEMENTOS PROGRAMATICOS

Función : *Desarrollo Social.*

Subfunción: *Recreación cultural y otras manifestaciones sociales.*

Programa: *Servicios de radio, televisión y editoriales.*

Subprograma:

Proyecto Institucional: 1. Difusión de las Actividades del Gobierno Municipal.

Objetivo:	Atender las necesidades ciudadanas de conocer el actuar del Gobierno Municipal, haciendo uso de la contratación de Medios de Comunicación Prensa Escrita, Televisiva y Radiofónica, Elaboración de Pagina WEB, uso de @Social-Media y publicidad exterior.
Acción(es):	Formular convenios de prestación de servicios. Elaborar la Página web oficial del Gobierno Municipal. Crear las cuentas @Social-Media del Gobierno Municipal.

Estructura financiera

Concepto	Cantidad Asignada (pesos)
Convenios con Medios de Comunicación (prensa escrita, radio y televisión).	\$601,536.00

Indicador 1:

Forma de medición	Meta 2014		Programación trimestral				Observaciones
	Unidad de medida	Cantidad	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	
Notas en Noticieros radiofónicos, televisivos y prensa escrita.	Nota	100%	25%	25%	25%	25%	Las notas y transmisiones televisivas se sujetaran a la programación de necesidades de difusión del gobierno municipal y campañas que prevea de difusión.

CATEGORÍAS Y ELEMENTOS PROGRAMATICOS

Indicador 2:

Forma de medición	Meta 2014		Programación trimestral				Observaciones
	Unidad de medida	Cantidad	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	
Visitas a la página.	Contador de Visitas	100%	25%	25%	25%	25%	Es un aproximado debido a que es variable el flujo de visitas de acuerdo a la promoción de eventos o programas del Gobierno Municipal así como de campañas de descuento.

Indicador 3:

Forma de medición	Meta 2014		Programación trimestral				Observaciones
	Unidad de medida	Cantidad	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	
Cantidad de Usuarios activos en redes sociales	Amigos/fan	100%	25%	25%	25%	25%	Es un aproximado debido a que es variable el flujo de visitas de acuerdo a la promoción de eventos o programas del Gobierno Municipal así como de campañas de descuento.

CATEGORÍAS Y ELEMENTOS PROGRAMATICOS

Indicador 4:

Forma de medición	Meta 2014		Programación trimestral				Observaciones
	Unidad de medida	Cantidad	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	
Difusión en lonas y otros materiales de folletería.	impactos	100%	25%	25%	25%	25%	Se proyecta en base al gasto, puede variar de acuerdo a la intensidad de las campañas que se vayan a realizar y a los eventos especiales que haya objeto realizar.

CATEGORÍAS Y ELEMENTOS PROGRAMATICOS

Función:

Subfunción :

Programa:

Subprograma:

Proyecto de Inversión: Equipamiento de la Unidad de Comunicación Social Municipal.

Objetivo:	Mejorar las condiciones del departamento de comunicación social municipal en el equipamiento de captura y edición de imagen así como de la construcción de un circuito cerrado de transmisión televisiva al interior de palacio municipal.
Acción(es):	<ul style="list-style-type: none"> • Acción 1 Adquisición de una cámara de video. • Acción 2 Adquisición de una cámara fotográfica. • Acción 3 Adquisición de un equipo de cómputo para edición de video. • Acción 4 Adquisición de equipo para circuito cerrado de televisión.

Impacto social

Mejorar la calidad de la imagen institucional que se genera para su difusión en los medios impresos, radiofónicos y televisivos, así como el circuito cerrado en palacio en donde se apreciarán las obras y acciones del gobierno municipal.

Impacto económico

El difundir las acciones correctamente enterara a la ciudadanía de que los recursos que llegan a través de sus impuestos están bien aplicados dando la certeza y motivación a acudir al cumplimiento de sus contribuciones.

Estructura financiera

Concepto	Cantidad (pesos)
Adquisición de un equipo de cómputo para edición de video.	\$17,400.00
Adquisición de una cámara de video profesional.	\$34,800.00
Adquisición de una cámara fotográfica profesional.	\$17,400.00
Mantenimiento de equipo fotográfico, de video y cómputo.	\$10,000.00
Adquisición de equipo para circuito cerrado de televisión.	\$25,000.00

CATEGORÍAS Y ELEMENTOS PROGRAMATICOS

Indicador 1: *Satisfacción de la ciudadanía en la difusión de las actividades del Gobierno Municipal.*

Forma de medición	Meta 2014		Programación trimestral				Observaciones
	Unidad de medida	Cantidad	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	
Encuesta Ciudadana.	Encuesta.	100%	25%	25%	25%	25%	Estas tendrán sus variantes debido a la frecuencia con que salgan las notas y a las campañas publicitarias a que haya objeto.

Componente de inversión 1 (Municipal):

Objetivo y/o justificación	Población beneficiada y Localidad(es)	Cantidad asignada (pesos)
Es prioritario generar imagen con calidad que permita a los medios de comunicación contratados brindar información bajo un esquema profesional en el diseño.	7441 habitantes	\$104,600.00

Control y Evaluación por Proyecto

Proyecto	Control	Periodicidad	Reporte / Resultado	Medidas Correctivas
Difusión de la Imagen Institucional del Ayuntamiento.	Encuestas a la población.	Trimestral.	Satisfacción de la Sociedad en la difusión de las actividades.	Revisión de los resultados de las encuestas y cambio en el mecanismo del plan de medios utilizado.